

ДІАГНОСТИКА І РОЗРОБКА НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У статті визначено поняття “конкурентоспроможність”, розглянуто етапи діагностики підприємства з метою визначення основних підприємницьких конкурентних переваг, виділено групи основних факторів, за якими потрібно поліпшувати показники підприємств та досліджено основні напрямки підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства та їх впливу на підприємство.

Ключові слова: конкурентоспроможність, діагностика, конкурентні переваги, фактори, комплекс напрямків, конкурентне середовище, показники підприємства.

O. V. KOVALENKO, I. G. NIMCHENKO
SHEE “Zaporizhia State Engineering Academy”

DIAGNOSTICS AND DEVELOPMENT OF DIRECTIONS OF THE ENTERPRISES COMPETITIVENESS INCREASING

Abstract – The purpose of article is diagnostics and development of directions of the enterprises competitiveness increasing. Competitiveness is one of the most popular and most indicative categories which allows to estimate quality not only products of the production, but also economic system within this production is carried out, therefore the solution of a question on increase of level of competitiveness is very actual and the extremely necessary for each enterprise. Carrying out diagnostics of the enterprise for the purpose of determination of the main competitive advantages and development of ways of increase of competitiveness is an important task in business management.

Key words: competitiveness, diagnostics, competitive advantages, factors, complex of the directions, the competitive environment, enterprise performance.

Е. В. КОВАЛЕНКО, І. Г. НІМЧЕНКО
ГВУЗ “Запорожская государственная инженерная академия”

ДІАГНОСТИКА І РОЗРОБКА НАПРАВЛЕНІЙ ПОВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Целью статьи является диагностика и разработка направлений повышения конкурентоспособности предприятия. Конкурентоспособность является одной из самых популярных и самых показательных категорий, которая позволяет оценить качество не только продукции самого производства, но и экономической системы, в рамках которой это производство осуществляется, поэтому решение вопроса по повышению уровня конкурентоспособности является очень актуальным и крайне необходимым для каждого предприятия. Проведение диагностики предприятия с целью определения основных конкурентных преимуществ и разработка путей повышения конкурентоспособности является важной задачей в управлении предприятием.

Ключевые слова: конкурентоспособность, диагностика, конкурентные преимущества, факторы, комплекс направлений, конкурентная среда, показатели предприятия.

Постановка проблеми. Боротьба підприємств за ринки збуту є основною рушійною силою в сучасній системі господарювання, а забезпечення конкурентоспроможності підприємств на внутрішніх та зовнішніх ринках – запорукою стабільного розвитку держави. Важливо зазначити, що у теперішній час спостерігається загострення конкурентної боротьби, зростання нестабільності економічної ситуації та стрімкий розвиток зовнішнього середовища на всіх ринках. Це призводить до посилення значущості конкурентоспроможності підприємства як однієї з найважливіших категорій ринкової економіки, котра визначає положення суб'єкта господарювання в бізнес-просторі. Формування потенційної можливості господарюючих суб'єктів до конкурентної боротьби і досягнення ефективних результатів у сьогоденних умовах ускладнюється у зв'язку з необхідністю постійного пристосування до мінливих умов, що вимагає, у свою чергу, пошуку науково-обґрунтованих концепцій функціонування та розвитку підприємства, підвищення його конкурентоспроможності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. В Україні дослідженню проблем конкуренції та напрямів підвищення конкурентоспроможності економічних суб'єктів присвятили свої праці вітчизняні науковці, зокрема Л. Антонюк, А. Воронкова, Я. Жаліло, Б. Кваснюк, Л. Піддубна, О. Савчук, О. Тіщенко, О. Чернега, М. Чумаченко.

Проблеми конкурентоспроможності та шляхів її підвищення знайшли відображення в публікаціях таких зарубіжних фахівців спеціалістів, як В. Андріанов, М. Гельвановський, М. Міроненко, І. Пилипенко, М. Портер, Е. Райнерт, П. Рапкін.

Формулювання цілі статті. Метою статті є дослідження основних напрямів підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства та їх впливу на підприємство.

Виклад основного матеріалу. У сучасному економічному житті конкурентоспроможність є однією з найпопулярніших і найпоказовіших категорій, яка дозволяє оцінити якість не тільки продукції і самого виробництва, але й економічної системи, в межах якої це виробництво здійснюється.

Вирішення питання щодо підвищення рівня конкурентоспроможності є дуже актуальним і вкрай необхідним для великої кількості підприємств України, адже більшість товарів та послуг, яким надає перевагу населення, є імпортованими. Підвищення конкурентоспроможності будь-якого об'єкту – це процес, для ефективної реалізації якого недостатньо лише попереднього досвіду та його екстраполяції. Він вимагає створення специфічних моделей та механізмів аналізу і оцінки не лише рівня конкурентоспроможності, але й ефективності його підвищення.

Досліджуючи конкурентні переваги підприємства доцільно враховувати: унікальність конкурентної переваги; складність імітації її атрибутів; ступінь позитивного впливу конкурентного статусу на результати діяльності підприємства; довготривалість досягнення переваг на ринку іншими суб'єктами господарської діяльності. Дієвим інструментом дослідження конкурентних переваг є діагностика підприємства.

Етапи діагностики підприємства з метою визначення основних підприємницьких конкурентних переваг представлено на рис. 1.



Рис. 1. Діагностика підприємства на основі виявлення його конкурентних переваг [8, с. 61]

Проведення діагностики підприємства дозволяє скласти обґрунтовану думку щодо перспектив розвитку подальшої діяльності економічного суб'єкта, допомагає розробити комплекс дієвих рекомендацій, профілактичних заходів та відповідно підвищити конкурентоспроможність підприємства.

Пошук шляхів підвищення конкурентоспроможності є комплексним завданням, яке полягає в тому, що необхідно розробити групи основних факторів, за якими потрібно поліпшувати показники підприємств. В даній статті запропоновано виділити наступні групи факторів: організаційно-економічні; техніко-технологічні; інноваційно-інвестиційні; фінансові; соціальні. Хоча кожна з цих груп прямо чи опосередковано використовує фактори інших, проте цей поділ можна умовно здійснити. Розглянемо кожен групу детальніше. Група організаційно-економічних факторів стосується економічного та юридичного аспектів функціонування, а також організаційної структури підприємства. Немає чіткої грані, де розмежовуються економічні фактори від організаційної структури підприємства, адже кожне рішення, що приймається на фірмі, одночасно охоплює обидві складові.

До основних напрямів підвищення конкурентоспроможності підприємства в даній групі можна віднести: ефективне планування і прогнозування розвитку галузі, цільове використання прибутку, моніторинг ціноутворення та встановлення оптимальної цінової політики, розвиток законодавчої бази у сфері забезпечення формування конкурентного середовища, підвищення якості продукції і контроль за її станом, вдосконалення управління та територіальної організації виробництва, закупівля якісної сировини, розвиток зовнішньоекономічних зв'язків, контроль за рівнем конкуренції в галузі тощо [5, с. 143].

Важливою конкурентною перевагою підприємств є визначення ціни продукту, що випускається, адекватної купівельній спроможності населення. Вона повинна задовольняти споживачів і відповідати меті отримання прибутку підприємства. Управління формуванням конкурентоспроможності підприємства у будь-

якому випадку пов'язане із вибором певної цінової політики. При цьому вирішальним є вибір правильних співвідношень між ціною та якістю продукції підприємства (табл. 1) [7, с. 31].

Таблиця 1

Підходи до формування цін на продукцію з позицій забезпечення конкурентоспроможності підприємства

Мета підприємства	Підхід до формування ціни	Якість продукції підприємства Y_n і конкурента Y_k
Збільшення обсягів продажу	Встановлення нижчої, ніж у конкурентів ціни	$Y_n < Y_k$
Утримання ринкових позицій	Встановлення цін на рівні цін конкурентів	$Y_n = Y_k$
Зміцнення ринкових позицій	Встановлення цін вищих, ніж у конкурентів	$Y_n > Y_k$

Вибір підприємством тієї чи іншої цінової стратегії визначається його цілями розвитку. Реалізація стратегії передбачає формування відповідної цінової політики, яка ґрунтується на максимізації виручки і прибутку шляхом проникнення на ринок, отримання переваги над конкурентами, збільшення ринкової частки підприємства, освоєння ним нових сегментів ринку. Активна цінова політика підприємства сприяє встановленню і підтриманню певного рівня цін та гнучкому реагуванню на дії конкурентів. Це дає можливість збільшувати свою частку ринку і отримувати високі прибутки.

Щодо групи техніко-технологічних важелів впливу, то вони характеризують рівень науково-технічного прогресу, що наявний на виробництві, використання техніки, рівень освоєння технологій тощо. До числа факторів даної групи можна віднести науково-технічний рівень продукції та виробництва, ступінь удосконалення технологій виробництва, впровадження сучасних засобів автоматизації виробництва. Для підвищення конкурентоспроможності необхідно автоматизувати процеси на виробництві та використовувати у діяльності новітнє обладнання та технології, збільшувати потенційні можливості обладнання [8, с. 59].

Наступною групою є інноваційно-інвестиційні фактори. Вони охоплюють усі операції, що пов'язані з використанням результатів наукових досліджень і розробок, а також вкладання певних коштів на реалізацію цих відкриттів. Інновацію та інвестицію необхідно розглядати у сукупності, адже спочатку виникає нова ідея, що поступово трансформується у інновацію. А потім вже здійснюється пошук джерел фінансування для перетворення ідеї у новий продукт чи послугу. До завдань, які необхідно реалізувати в рамках даної групи, можна перелічити створення інноваційної продукції, впровадження інноваційних проектів, використання новітніх досліджень та розробок, проведення маркетингових досліджень, рекламних кампаній, залучення іноземних інвесторів шляхом покращення іміджу компанії та привабливості галузі, розробка власних проектів, налагодження зв'язків.

Джерелом інновацій є і технологічні, і нетехнологічні знання. Основна складова конкурентоспроможності – це технологічні інновації. Нетехнологічні інновації міцно пов'язані з ноу-хау, навичками та умовами праці. Поліпшення роботи державних, суспільних і приватних установ, створення інфраструктури, зниження рівня економічної нестабільності, покращення людського капіталу може дати певний позитивний ефект. Проте у довгостроковій перспективі успішний розвиток економіки можна забезпечити насамперед за рахунок технологічних інновацій. На інвестиційні рішення учасників ринку та організацію виробництва значною мірою впливає якість інституційного середовища [6, с. 241].

Щодо фінансової групи, то до неї відносяться всі показники діяльності підприємства, що пов'язані із грошовими потоками. До таких операцій входять: оптимізація фінансово-кредитного забезпечення розвитку підприємства, досягнення високої платоспроможності, зменшення собівартості продукції, зниження матеріалоемності, пошук вигідніших постачальників, зменшення витрат на енергоресурси та постачання, оптимізація використання транспорту.

Остання група – це соціальні фактори. З одного боку, ці фактори можна розглянути з точки зору підприємства, тобто це персонал. З іншої ж сторони, з соціальної сфери можна виокремити кінцевих споживачів продукції. Тому вважаємо за доцільне поділити соціальну сферу саме за цими двома критеріями: персонал та споживачі. Щодо напрямків підвищення конкурентоспроможності по відношенню до персоналу, то необхідно залучати високоосвічені кадри, покращувати умови праці, створювати ефективну систему мотивації, підвищувати продуктивність праці. Щодо споживачів – необхідно проводити маркетингові дослідження, покращувати рекламну компанію, збільшувати попит на продукцію, створити систему заохочень у вигляді знижок, карток постійних покупців та пропозицій, покращити рівень надання послуг [7, с. 32].

Висновки. Таким чином, в статті розглянуто основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах. Виділивши групи напрямів підвищення конкурентоспроможності підприємства, можна побачити, що є величезна кількість факторів, які сприяють покращенню позиції підприємства на ринку. Провівши цілий комплекс заходів щодо організаційних, економічних, соціальних та інших груп можна очікувати значне зростання конкурентоспроможності підприємства і, як наслідок, отримання більшого прибутку та довгострокове існування на ринку.

Література

1. Коваленко О. В. Роль і місце економічної діагностики на підприємстві / О. В. Коваленко, М. А. Зайцева // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності : зб. наук. пр. – Маріуполь : ДВНЗ "ПДТУ", 2013. – Вип. 1, т. 2. – С. 218–221.

2. Іванов Ю. Б. Конкурентні переваги підприємства : оцінка, формування та розвиток / Ю. Б. Іванов, П. А. Орлов, О. Ю. Іванова ; НАН України, Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку. – Х. : ІНЖЕК, 2008. – 352 с., С. 17–23.
3. Гудзинський О. Д. Управління формуванням конкурентоспроможного потенціалу підприємств (теоретико-методологічний аспект) : монографія / О. Д. Гудзинський, С. М. Судомир, Т. О. Гуренко ; Ін-т підготовки кадрів державної служби зайнятості України. – К. : ІПК ДСЗУ, 2010. – 212 с.
4. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового. – О. : Атлант, 2013. – 470 с.
5. Кузьмін О. Є. Конкурентоспроможність підприємства: планування та діагностика : монографія / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник, О. П. Романко ; за заг. О. Є. Кузьміна. – Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2011. – 198 с.
6. Павлова В. А. Конкурентоспроможність підприємства: управління, оцінка, стратегія : монографія / В. А. Павлова, О. В. Кузьменко, В. М. Орлова, Г. А. Рижкова. – Д. : Дніпропет. ун-т ім. А. Нобеля, 2011. – 352 с.
7. Довбенко В. І. Чинники підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств за умов глобалізації / В. І. Довбенко // Зовнішня торгівля: право та економіка. – 2007. – № 6 (35). – С. 29–35.
8. Тарнавська Н. П. Нові погляди на сутність конкурентоспроможності підприємств / Н. П. Тарнавська, І. І. Макарова // Формування ринкових відносин в Україні. – 2010. – № 12 (115). – С. 57–66.
9. Чумак Л. Ф. Основні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємства / Л. Ф. Чумак, Л. В. Гаркава // Бізнес Інформ. – 2013. – № 1. – С. 212–215.
10. Бондаренко А. Л. Поняття конкурентоспроможності підприємства в системі економічних наук [Електронний ресурс] / А. Л. Бондаренко. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/9_KPSN_2011/Economics/6_84127.doc.htm
11. Мануйлович Ю. М. Дослідження сутності та трактування поняття конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] / Ю. М. Мануйлович // Маркетинг і менеджмент інновацій. – Суми : ДВНЗ СумДУ, 2013. – № 4. – С. 274–282. – Режим доступу: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2013_4_274_282.pdf

References

1. Kovalenko O. V. Rol` i misce ekonomichnoyi diagnosty`ky` na pidpry`yemstvi / O. V. Kovalenko, M. A. Zajceva // Teorety`chni i prakty`chni aspekty` ekonomiky` ta intelektual`noyi vlasnosti : zb. nauk. pr. Mariupol` : DVNZ "PDTU", 2013. – Vy`p. 1, t. 2. – S. 218–221.
2. Ivanov Y. B. Konkurentni perevagy` pidpry`yemstva : ocinka, formuvannya ta rozvy`tok / Y. B. Ivanov, P. A. Orlov, O. Yu. Ivanova ; NAN Ukrayiny`, Naukovo-doslidny`j centr industrial`ny`x problem rozvy`tku. – Xarkiv : INZhEK, 2008. – 352 s., S. 17–23.
3. Gudzy`ns`ky`j O. D. Upravlinnya formuvannyam konkurentospromozhnogo potencialu pidpry`yemstv (teorety`ko-metodologichny`j aspekt) : monografiya / O. D. Gudzy`ns`ky`j, S. M. Sudomy`r, T. O. Gurenko ; Insty`t pidgotovky` kadriv derzhavnoyi sluzhby` zajnyatosti Ukrayiny`. – K. : IPK DSZU, 2010. – 212 s.
4. Konkurentospromozhnist` pidpry`yemstva : ocinka rivnya ta napryamy` pidvy`shhennya : [monografiya / za zag. red. O. G. Yankovogo]. – Odesa : Atlant, 2013. – 470 s.
5. Kuz`min O. Y. Konkurentospromozhnist` pidpry`yemstva: planuvannya ta diagnosty`ka: monografiya / O. Y. Kuz`min, O. G. Mel`ny`k, O. P. Romanko ; za zag. red. d.e.n ., prof. O. Y. Kuz`mina. – Ivano-Frankivs`k : IFNTUNG, 2011. – 198 s.
6. Pavlova V. A. Konkurentospromozhnist` pidpry`yemstva: upravlinnya, ocinka, strategiya : monografiya / V. A. Pavlova, O. V. Kuz`menko, V. M. Orlova, G. A. Ry`zhkova. – Dnipropetrovs`k : Dnipropetrovs`ky`j universy`tet imeni Al`freda Nobelya, 2011. – 352 s.
7. Dovbenko V. I. Chy`nny`ky` pidvy`shhennya konkurentospromozhnosti vitchy`znyany`x pidpry`yemstv za umov globalizaciyi // Zovnishnya torgivlya: pravo ta ekonomika. – 2007. – № 6 (35). – S. 29–35.
8. Tarnavs`ka N. P. Novi poglyady` na sutnist` konkurentospromozhnosti pidpry`yemstv / N. P. Tarnavs`ka, I. I. Makarova // Formuvannya ry`nkovy`x vidnosy`n v Ukrayini. – 2010. – № 12 (115). – S. 57–66.
9. Chumak L. F. Osnovni aspekty` upravlinnya konkurentospromozhnistyu pidpry`yemstva / L. F. Chumak, L. V. Garkava // Biznes Inform. – 2013. – № 1. – С. 212–215.
10. Bondarenko A. L. Ponyattya konkurentospromozhnosti pidpry`yemstva v sy`stemi ekonomichny`x nauk [Elektronny`j resurs] / A. L. Bondarenko. – Rezhy`m dostupu: http://www.rusnauka.com/9_KPSN_2011/Economics/6_84127.doc.htm
11. Manujlovy`ch Y. M. Doslidzhennya sutnosti ta traktuvannya ponyattya konkurentospromozhnosti pidpry`yemstva [Elektronny`j resurs] / Y. M. Manujlovy`ch // Markety`ng i menedzhment innovacij. – Sumy` : DVNZ SumDU, 2013. – № 4. – S. 274–282. – Rezhy`m dostupu: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2013_4_274_282.pdf

Надіслана/Written: 28.07.2015 р.
 Надійшла/Received: 30.07.2015 р.
 Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов